بهترین پیج های تولید محتوا برای ایده گرفتن

تولید محتوا یک سفر است. شما از یک طرف شروع می کنید، سپس تحقیق شما را به سمت دیگری می برد. در نهایت به ایده ای می رسید اما ممکن است در حین **بهترین پیج های تولید محتوا** قطعه گم شوید. انجام این کار بارها و بارها، به خصوص با اهدافی که باید هدف قرار گیرند، می تواند طاقت فرسا باشد.

برترین ابزارهای ایجاد محتوا برای شناسایی روند

ایده‌پردازی محتوا به معنای ارائه ایده‌های بی‌معنا نیست. درگیر شدن با آنچه در خارج وجود دارد و درک روندها در **بهترین پیج های تولید محتوا** ضروری است. این ابزارهای تولید محتوا شما را در کمترین زمان ممکن می‌سازند.

Google Trends & Pinterest Trends

ابزار رایگان روندهای گوگل، پدربزرگ همه ابزارهای ایجاد **بهترین پیج های تولید محتوا** ، به شما نشان می‌دهد که امروزه چه چیزی در حال ترند است، و همچنین به شما امکان می‌دهد استراتژی محتوا در طول زمان درباره عملکرد موضوعات تحقیق کنید. الگوها را مشخص کنید، از قبل برنامه ریزی کنید و مطمئن شوید که هیچ ترفندی را در چرخه اخبار در حال تغییر از دست نمی دهید.

این به شما کمک می‌کند در صدر بازی باقی بمانید و در هنگام انتشار یک داستان، به سرعت با محتوای مناسب واکنش نشان دهید، که در غیر این صورت به عنوان اخبار جست‌وجو شناخته می‌شود.

ابزار Pinterest's Trends به روشی مشابه کار می کند **نمونه تولید محتوا** و یک تابلوی دید از پین های محبوب را در کنار نمودارهای استاندارد به نمایش می گذارد. ایده آل برای تفکر خارج از چارچوب.

موضوعات انفجاری

پیدا کردن روند می تواند دلهره آور به نظر برسد، اما اگر از کار واکنشی هیجانی ندارید، نترسید. روندها همیشه ریشه دارند، و داشتن حسی نسبت به آنچه که قرار است شروع شود به همان اندازه مهم است که واکنش نشان دهد.

Exploding Topics یک ابزار مدیریت بهترین پیج های تولید محتوا جدید است که با استفاده از یک الگوریتم برای پیش‌بینی مواردی که ویروسی می‌شوند، بینش‌هایی را درباره موضوعات در حال افزایش و جدید ارائه می‌دهد.

برند واچ

برای اینکه روند خود را به حداکثر برسانید، باید با گذشته آشنا شوید. دوستان ما در Brandwatch مجموعه کاملی از ابزارها را برای برش و تاس دهی از داده های مکالمه اجتماعی **نمونه تولید محتوا** و مصرف کننده در اختیار دارند تا بتوانید الگوها را شناسایی کرده و آینده را پیش بینی کنید.

در اینجا چند راه وجود دارد که می توانید این کار را انجام دهید:

داده ها را از طیف وسیعی از منابع و بیش از یک تریلیون پست تقسیم بندی و تجزیه و تحلیل کنید
از هوش مصنوعی برای شناسایی بینش‌ها و محدود کردن روندهای خاص **نمونه تولید محتوا** در حوزه‌هایی که به آن‌ها علاقه دارید استفاده کنید، بنابراین می‌توانید پیش‌بینی کنید که چه چیزی در آینده رخ خواهد داد.
مکالمات برندها و تأثیرگذاران پیشرو یا رقبای خود را ردیابی و معیار قرار دهید تا بفهمید دیگران چگونه با روندها درگیر می شوند و به آنها واکنش نشان می دهند.
تنوع عظیم مخاطبانی که روندها را ایجاد و شکل می دهند و نحوه ارتباط آنها را درک کنید